“ZANDVOORT VROEGER EN NU”

Verzelfstandiging Zandvoorts Museum.

AANLEIDING.

De Gemeente Zandvoort is in het bezit van een Museum. Tevens exploiteert de Gemeente het Museum. De structurele lasten zijn te hoog in relatie tot het aantal betalende bezoekers. Er is relatief weinig betrokkenheid van de lokale bevolking bij de exposities en evenementen. Via eigentijdse kunst trachtte het Museum een eigen publiek te verwerven. Dit is niet of in te geringe mate gelukt. Het aanbod heeft te weinig vraag gegenereerd.

RAADSPROGRAMMA 2010-2014.

Het raadsprogramma laat nadrukkelijk de ruimte om in het licht van kostenbesparing afstoting van het Museum te overwegen, gezien de situatie van de gemeentelijke financiën, komt deze stap dichtbij. In diverse beleidsnota’s staat verdieping en intensivering van de lokale identiteit voorop. In de huidige financiele tijden is dit echter geen prioriteit meer. In tegenstelling tot eigentijdse kunstvormen staan cultuur-historische uitingen bij lokale bevolking ruim in de belangstelling, en – mits er aan een aantal voorwaarden wordt voldaan – ook bij de buitenlandse en binnenlandse bezoeker. De combinatie themahoreca en cultuur-historie/authenticiteit kan met een meer divers aanbod in de eet en dranksfeer de ambitie: “tonen en beleven van lokaal verleden via behoud van cultureel erfgoed en aangenaam verblijf” exploitabel maken op de huidige lokatie. Het raadsprogramma vermeld dat nadere stappen c.q. uitwerkingen dienen plaats te vinden.

Concluderend: 1) Stijgende belangstelling bij bewoners en bezoekers m.b.t. cultuur-historische uitingen vragen om bevrediging. 2) Een substantieel aantal leden van diverse verenigingen zoeken een podium om de resultaten van hun inspanningen te tonen 3) Samenwerking is noodzakelijk, dit versterkt kruisbestuiving, brengt een beter produkt voort en is bevorderlijk voor het lokaal sociaal cement. 4) Combinatie met thema-horeca maakt het exploitabel.

IDENTITEIT

Uit vele onderzoeken en daaruit voortvloeiende aanbevelingen m.b.t. duurzaam toerisme blijkt dat identiteit en onderscheidendheid van badplaatsen in Nederland sterk te wensen overlaat, dit geldt ook voor Zandvoort. Onderscheidendheid en identiteit is in toenemende mate de beslisfactor voor bezoekers en verblijvers, als gevolg van verschuivende interesses en wensen, met name de standaard accommodatie’s en bestemmingen verliezen marktaandeel of trekken bezoekers met een lage toegevoegde (bestedings)waarde.

HORECA

De combinatie/integratie van horeca en verblijf in een cultuur-historische/museale setting vormt het USP. De maaltijd-en drankverstrekking kunnen naadloos aansluiten bij een historische setting, en kunnen de doorslag geven bij de keuze van het bezoeken van het restaurant of museum. Lokale voedselprodukten uit duin en zee moeten de focus krijgen. Veel produkten moeten ook ter plaatse te koop zijn ter bereiding of consumptie thuis. (van duindoornbeslikeur tot gedroogde schar en duinaardappelen.)

Ook kunnen thema's aan elkaar verbonden worden waar meer beroep wordt gedaan op de zintuigen:

Het houden van varkens was hier een populaire bezigheid een presentatie hierover kan gevolgd worden door een speenvarkengerecht, met duinbramensaus en oud-hollandse groenten.

VISIE PUBLIEKSBINDING .

1) Verwen mij (individueel)
2) Verwen mij en mijn groep. (familie/vrienden)
3) Verras mij (bouw onverwachte elementen in)
4) Geef mij sensatie (emotie)
5) Geef mij energie (verfrissende elementen)
6) Geef mij spanning (stimulans)
7) Leer mij wat (educatie)
8) Help mij (dienstenaanbod)
9) Gedragsverandering (lever mij nieuwe inzichten)

Laat mij belevingen zien uit mijn kinderjaren (nostalgie)

HOU REKENING MET.

1) Een meer ervaren bezoeker.
2) Een meer flexibeler bezoeker.
3) Een meer onafhankelijker bezoeker.
4) Een meer kwaliteitsbewuster gast.

DIT RESULTEERT IN.

1) Meer belevingsgerichte activiteiten.
2) Behoud van authenticiteit van de deelnemers/gemeenschap. Ruimtelijke omgeving.
3) Ensceneer dit in een diverse synergetische cluster van "attracties".
4) Presenteer een vernieuwende omgeving.

Als extra publieksbinding , vooral in de winterperiode, is het verstandig dat alle leden van de deelnemende verenigingen bij horecabezoek kunnen verwachten dat een percentage van hun besteding naar hun eigen clubkas gaat.

DE LOKATIE

Ter optimalisatie van de exploitatie is het nodig dat het gemeentelijk monument Achterom 7 toegevoegd wordt aan de exploitatie, met name omdat in die setting seizoensonafhankeijke activiteiten door betrokken verenigingen en particulieren kunnen plaatsvinden. (filmvoorstellingen, recepties, presentatie's, groepsmaaltijden etc.) In de zomer dient er aan de pleinzijde een terras te komen, van waar activiteiten op het plein bekeken kunnen worden (visafslag, shantykoren, garnaalpelwedstrijden dorpsomroepersconcours etc.). De toegevoegde waarde van het terras is dan een "continue" aanwezigheid van een tribune voor de optreders, deelnemers aan de pleinactiviteiten. Door exploitatie van de schuur in de winter en het terras in de zomer wordt de exploitatie duurzamer.

Wij zien de lokatie als startpunt voor alle lokale aktiviteiten die een "Zandvoort identiteit" uitstralen als badplaats of vissersplaats. Een concentratiepunt voor belangstellenden en een podiumplaats voor de cultuur-historische verenigingen.

Het aantal beschikbare vierkante meters:

Museum	777,50
Schuur	165,00
Terras	-+ 120,00

Exploitatievorm; Stichting met directiemodel.(Code Cultural Governance)

Status: Zonder winstoogmerk, met museale registratie.

Exploitatievoorwaarde o.a. wijziging bestemmingsplan.

Verenigingen:

1) VVV Zandvoort (info en merchandising outlet)
2) Genootschap Oud Zandvoort
3) De Babbelwagen
4) De Wurf
5) Juttersmuseum
6) Bunkerclub.
7) Bomschuitbouwclub.
8) Vrienden van het Circuit.
9) Rijksmuseum (mogelijkheid)

Een ieder tegelijk permanente ruimte bezorgen zal niet gaan, een aantal activiteiten zal eerder in de zomer geschikt zijn, anderen lenen zich meer voor in de winter in overleg moet een tevredenstellende verdeling en programmering mogelijk zijn.

INNOVATIE.

Naast het meer prikkelen van zintuigen zoals bij een presentatie van de schelpvisserij schelpdierengerechten te verkopen, is er nog een kennis- en educatief aspect. Aannemende dat de verenigingen veel leden en donateurs willen hebben, kunnen er via "google glass" specifieke kennis en vaardigheden van de verenigingen overgebracht worden op een groot publiek. Een greep uit de mogelijkheden: het maken en herstellen van klederdracht, het bereiden van specifieke lokale gerechten, het bouwen van miniaturen: bomschuiten, pinken, bebouwing. Folklore dansen, meubelrestauratie, inmaken van groenten en vruchten, boeten van visnetten etc.

FINANCIERING EN EXPLOITATIE.

Op dit ogenblik zijn er nog te weinig randvoorwaarden bekend om een korte en middellange exploitatievoorspelling te doen. Met name de vaste kosten zijn niet bekend. Uit die wetenschap zou een minimale omzet berekend kunnen worden met te behalen brutowinstpercentages per produktgroep. Naar Rato van bijvoorbeeld het aantal vierkante meters wat het horecagedeelte in gebruik heeft zou men dan kosten kunnen toerekenen. Nu wij echter met meerdere gebruikers met een meer of minder permanent karakter aanwezig zijn wordt kosten- en opbrengsten toerekening ingewikkeld, zeker als er nog een toegangsprijs geheven wordt. Aard en karakter van de in het pand georganiseerde aktiviteiten zijn verschillend: de verenigingen "kopen" niets in, zij "verkopen" ook niets, zij vragen "kijkgeld". Het horecasegment koopt in en verkoopt met een opslag voor arbeid en overige kosten. Hoe dit te regelen? de "cultuur-historische"poot heeft baat bij de "horecathemapoot" en andersom.

Hoe uiteindelijk kosten en opbrengsten verdeeld worden, noodzakelijk is om voor een bepaald systeem te kiezen, puur om te weten wat er precies aan de hand is, en om conflicten te voorkomen. Nader onderzoek en overleg moet uitwijzen wat de meest betrouwbare, en efficiente methode is die ieder recht doet.

BRONNEN

Council Resolution EU Future European Tourism 2002/c 135/01

Helcom Recommandation EU “Sustainable Tourism in Europe (2000)

Vernieuwde Toeristische Agenda, speerpunt kwaliteitsslag badplaatsen Staatssecr. Van Gennip 2003

Duurzaam Toerisme en Recreatie C.P. Veerman (2006)

“Beoordelingsprincipes welstandszorg noord holland”

“Leidraad landschap en cultuurhistorie” Dorps DNA en belevingswaarde Provincie Noord Holland 2010.

“Actieprogramma Ruimte en Cultuur” Behoud door ontwikkeling Provincie Noord Holland.

“Assist Task Force Ruimte Zandvoort” Februari 2010 Provincie Noord Holland.

“Nota Cultuurhistorie Zandvoort” Stichting Cultureel Erfgoed Noord Holland (2009)

“Structuurvisie Parel aan Zee Plus Zandvoort” Authenticiteit en Kleinschaligheid, Gemeente Zandvoort 2009.

“Baden in Weelde” Middenboulevard in historisch Perspectief, Februari 2011.

“Identiteit Kust” Landscape Architecten Sale A’dam 2001.

“Duurzaamheidsindicatoren Nederlandse Kust” RWS 2006.

“Intergemeentelijke structuurscan Zuid-Kennemerland “Gemeente Zandvoort 2012.

“Identity Marketing Zandvoort” IMA 2013 , Provincie Noord-Holland.

“Historisch Morfologische Atlas Zandvoort” Geurtse en Partners 2011.